

湖南现代物流职业技术学院

市场营销 专业人才培养方案

专业名称：	市场营销
专业代码：	630701
适用年级：	2019 级
专业负责人：	旷健玲
二级学院负责人：	刘意文
所属二级学院：	物流商学院
修订时间：	2019 年 8 月

编制说明

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，由旷健玲制订，经教授委员会审定、学院批准后，将在 2019 级市场营销专业实施。

主要编制人：

旷健玲 副教授

何艳君 讲 师

熊 英 讲 师

审定：

湖南现代物流职业技术学院

刘意文 物流商学院院长/副教授

杭州娃哈哈集团

张开剑 湘北市场拓展总监

湖南一力物流股份有限公司

谭 栋 部门经理

湖南朗乐科技股份有限公司

刘烈仁 总经理

欧普照明股份有限公司

程明华 营销总监

天健会计师事务所

李 剑 资深注册会计师

目 录

一、专业名称及代码	4
二、隶属专业群	4
三、入学要求	4
四、修业年限	4
五、职业面向	4
六、培养目标与培养规格	4
七、课程设置及要求	6
八、教学进程总体安排	13
九、实施保障	18
(一) 师资队伍	18
(二) 教学设施	18
(三) 教学资源	20
(四) 教学方法	20
(六) 质量管理	22
十、毕业要求	23
十一、附录	24
十二、说明	24
附录	25

市场营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：市场营销

专业代码：630701

二、隶属专业群

物流商务专业群

三、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学历

四、修业年限

学年学制三年，学分制修业年制 2-6 年。

五、职业面向

表 1：职业面向表

序号	专业大类(专业类)及代码	本专业所对应的行业	主要职业类别	主要岗位类别(或技术领域)	职业技能等级证书
1	财经商贸大类(63) 市场营销类(630701)	批发业(51)、 零售业(52)	营销员(4-01-02-01); 销售人员(4-01-02); 摊商(4-02-02-05); 市场营销专业人员(2-06-07-02)	销售经理; 区域销售经理; 卖场经理; 小微商业企业创业者; 市场主管; 市场经理	根据国家 1+X 政策的推进,取得相关的市场营销职业技能等级证书

六、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定,德、智、体、美、劳全面发展,具有一定科学文化水平,良好的人文素养、职业道德和创新意识,精益求精的工匠精神,较强的就业能力和可持续发展的能力,掌握本专业知识和技术技能,面向批发和零售业,能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、商务谈判、客户关系管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质复合型技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

1. 素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）勇于奋斗，乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作意识。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好；

（7）遇到挫折时具有一定的抗压能力。

2. 知识

（1）掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识。

（2）熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等知识。

（3）掌握商品分类与管理的基本知识和方法。

（4）掌握消费者行为和消费心理分析的基本内容和分析方法。

（5）掌握营销计划和控制等营销组织管理的基本方法。

（6）掌握推销和商务谈判的原则、方法和技巧。

（7）掌握市场调查的方式、方法、流程，基本抽样方法和数据分析方法，市场调查报告的撰写方法。

（8）掌握营销活动策划与组织的基本内容和方法。

（9）熟悉现代市场营销的新知识、新技术。

3. 能力

（1）具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

（2）具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力。

（3）能够与客户进行有效沟通。

- (4) 能够对客群和竞争者进行分析。
- (5) 能够组织实施营销产品的市场调查与分析。
- (6) 能够组织实施品牌和产品的线上线下推广和促销活动。
- (7) 能够组织实施推销和商务谈判。
- (8) 能够对客户关系和销售进行日常管理。
- (9) 能够为小微创业企业进行营销活动策划并组织实施。
- (10) 具备一定的商业信息技术与工具应用能力。
- (11) 具有数据意识和商务数据分析应用能力。
- (12) 具备商务礼仪规范应用能力。
- (13) 具备一定的创新创业能力。

七、课程设置及要求

本专业课程主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

（一）公共基础课程

1.公共基础课

根据党和国家有关文件规定，将思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、体育与健康、计算机应用基础、实用英语、应用文写作、心理健康教育，职业生涯规划、大学生就业指导、体育俱乐部活动、现代物流概论、演讲与口才、创新创业基础、军事理论、普通话等列入公共基础课程。

（1）思想道德修养与法律基础

课程目标：通过本课程的学习，帮助大学生树立正确的世界观、人生观、价值观，了解我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定，真正做到学法、懂法、用法，依法办事，依法维护国家和公民个人的合法权益。

教学内容：主要包括马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法制观教育。

教学要求：本课程的教学方法以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核方式为实践成果汇报+笔试。主要教学场所为多媒体课室。选用国家规划教材。任课教师应具有扎实理论基础。

（2）毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

课程目标：通过本课程的学习，帮助学生系统掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本原理，正确认识我国社会主义初级阶段的基本国情和党的路线方针政策，正确认识和分析中国特色社会主义建设过程中出现的各种问题，从而培养学生运用马克思主义基本原理分析和解决实际问题的能力，坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念，增强投身到我国社会主义现代化建设中的自觉性、主动性和创造性。

教学内容：主要包括中国共产党将马克思主义基本原理与中国实际相结合的历史进程，以及马克思主义中国化两大理论成果即毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系等相关内容。

教学要求：本课程的教学方法以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核方式为实践成果汇报+笔试。主要教学场所为多媒体课室。选用国家规划教材。任课教师应具有扎实理论基础。

（3）应用文写作

课程目标：使学生掌握应用文写作的基本知识、基本格式和文书处理程序，写出比较规范、得体的通知、合同等常用应用文，掌握基础写作技巧和方法，培养各专业学生将来不同工作需要下的应用文写作能力，并最终满足各类营销工作中对促销策划、广告文案、公关策划、新产品上市策划等不同类型营销方案等文书写作的需要。

主要内容：应用文写作的基本知识、基本格式和文书处理程序；促销策划、广告文案、公关策划、新产品上市策划等不同类型营销方案等文书写作的基本规范。

教学要求：本课程的教学方法以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核方式为实践成果汇报+笔试。主要教学场所为多媒体课室。选用国家规划教材。任课教师应具有扎实理论基础。

（4）演讲与口才

课程目标：是以语言为突破口，开发学生的思维能力及应变能力，提高学生的口头表达能力和心理素质及人文素养，培养学生的勇气和自信、团队精神和合作精神，塑造大学生自身的公关形象，以应对现代社会生活、营销工作中的交际、求职与自我推销。

主要内容：口头表达能力和心理素质及人文素养等。

教学要求：本课程的教学方法以教师课堂讲授为主，实践教学、自主学习为辅，通过讨论研究、多媒体音频和视频等教学方式和手段，提高教学的时效性。课程考核方式为实践成果汇报+笔试。主要教学场所为多媒体课室。任课教师应具有扎实理论基础。

（5）计算机应用基础

课程目标：通过本课程的学习，使学生能够掌握计算机基础知识、计算机基本使用方法、文字信息处理方法、Excel 数据处理以及实用 PPT 制作，网络安全。

主要内容：包括计算机的基础知识、基本概念和基本操作技能，Excel 数据处理以及实用 PPT 制作，为学生熟练使用计算机和进一步学习计算机有关知识打下基础。

教学要求：本课程授课方式为：教师操作演示、教学实例制作、学生上机实操。课程考核考核方式为：过程考核+上机考试。主要教学场所：多媒体教室、机房。教材以实例制作为主；教师应具有较强动手能力。

（6）实用英语

课程目标：使学生掌握一定的英语语言知识和基本技能，培养学生在日常生活和职业场景中的英语应用能力；培养学生的文化意识，提高学生的思想品德修养和文化素养；为学生的营销职业生涯、继续学习和终身发展奠定基础。

主要内容：课程的主要教学内容是从听、说、读、写、译五个方面来展开各能力训练项目。

教学要求：主要授课方式是“精讲+多练”，“教、学、做一体化”，以“学生为中心”组织教学活动，突出技能训练。课程采用多元评估体系，即形成性评价和终结性评价相结合的考核方式。

（7）体育

课程目标：使学生树立“健康第一”的思想观念，掌握体育与健康的基本文化知识、体育技能和方法，通过科学指导和安排体育锻炼过程，培养学生的健康人格、增强体能素质、提高综合职业能力，养成终身加强体育锻炼的意识、能力与习惯，从而提高生活质量，为全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力服务。

主要内容：体能素质、终身加强体育锻炼的意识、能力与习惯。

教学要求：本课程主要授课方式是“精讲+多练”，“教、学、做一体化”，以“学生为中心”组织教学活动，突出技能训练。课程采用多元评估体系，即形成性评价和终

结性评价相结合的考核方式。

（8）形势与政策

课程目标：通过课程的学习，帮助学生认清国内外形势，教育和引导学生全面准确在理解党的路线、方针和政策，坚定在中国共产党领导下走中国特色社会主义道路的信心和决心，积极投身改革开放和现代化建设伟大事业。

主要内容：针对学生关注的热点问题，进行党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育；进行我国改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施教育；进行当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策，世界重大事件及我国政府的原则立场教育；进行马克思主义形势观、政策观进行教育。课程考核方式为笔试。

教学要求：主要教学场所为多媒体课室。选用国家规划教材。任课教师应具有扎实的政治理论基础和较高的政治素养。

（9）军事理论+军事技能

课程目标：通过基本的军事训练，培养学生服从协作、刻苦坚强的精神和良好的组织性、纪律性以及集体观念。通过入学教育使学生了解学院的规章制度，了解专业背景和所学专业。还要使学生掌握基本的国防知识。

主要内容：主要教学内容包括军事技能训练、军事理论教学、入学教育及专业认知等。军事技能训练原则上在新生报到后集中进行，按团、营、连编制分队组织实施；由军训教官和辅导员、班主任以及专业负责人相互配合进行军事理论教学、入学教育及专业认知教学活动的开展。

教学要求：在教学过程中，采用示范、“做中学，做中教”、启发式、交流式的教学方法。军事技能训练考核分项目进行考核并严格考勤考核制度，实施过程化评价。

（10）大学生就业指导

课程目标：是通过本课程的学习，使学生正确了解就业形势和政策，树立正确的择业和创业观念，初步掌握求职应聘的基本技巧、了解创业的基本方法，对职业发展进行正确规划。

主要内容：课程的主要教学内容是职业生涯规划、自我认知、职业认知、应聘实务、求职心理调适等内容。本课程授课方式为：理论课程，讲授；实践课程，实

践。课程考核要求与考核方式是实施多元化的评价，注重学生综合素质的考察。

教学要求：理论课程，主要在教室授课；实践课程，主要在企业实训实习。教材采用校本自编的可进行自助训练的教材。授课教师要求具有高校教师资格和职业指导师职业资格及经过相关培训。

2.公共拓展课

公共拓展课程 6 门：在第 1-6 学期开设《大学生传统文化修养》、《大学生礼仪修养》、《大学生劳动教育》、《大学生艺术修养》、《大学生人文素养》、《大学生科技素养》，每门课程 0.5 个学分，共 3 个学分。采取线下与线上混合教学模式，倡导自主学习与实践养成相结合，提升学生的综合素养。

(二) 专业（技能）课程

1. 物流市场营销*

课程目标：使学生对市场营销专业有一个整体掌握，并为后续深入学习市场调查与分析、产品推销、渠道管理等营销应用进行铺垫，对市场营销专业人才的培养和专业课程体系中其他课程的教学都至关重要。

主要内容：以营销流程为主线，把营销流程中的营销理念、市场调查、市场分析、目标市场营销，营销组合策略、营销计划及执行等进行概要性分析。

教学要求：主要授课方式是“精讲+多练”，“教、学、做一体化”，以“学生为中心”组织教学活动，突出技能训练。课程采用多元评估体系，即形成性评价和终结性评价相结合的考核方式。在本课程授课过程中，要不断培养学生赢利后应为国家贡献自己力量的意识。

2. 消费行为分析*

课程目标：使市场营销专业学生进一步了解消费者行为特点、帮助学生充分了解消费者行为的复杂性、多样性和社会性，牢牢掌握影响消费者行为的因素，深刻理解消费者行为决策的过程。

主要内容：影响消费者行为的因素，消费者行为决策的过程。

教学要求：本课程主要授课方式是“精讲+多练”，“教、学、做一体化”，以“学生为中心”组织教学活动，突出技能训练。课程采用多元评估体系，即形成性评价和终结性评价相结合的考核方式。在本课程授课过程中，要不断培养学生赢利后应为国家贡献自己力量的意识。

3. 市场调查与预测*

课程目标：通过本课程的学习，使学生能在对市场进行调查和分析后，能对未来发展进行预测。

主要内容：本课程结合企业市场开发的需要，将统计学原理和市场调研与预测两门课程进行重新整合、序化，本课程的主要内容包括调查方案设计、调查方法选择、调查问卷或调查提纲设计、调查数据与分析、调查报告撰写等知识与实务操作等。

教学要求：本课程主要授课方式是“精讲+多练”，“教、学、做一体化”，以“学生为中心”组织教学活动，突出技能训练。课程采用多元评估体系，即形成性评价和终结性评价相结合的考核方式。在本课程授课过程中，要不断培养学生诚信、实事求是的意识。

4. 推销技巧*

课程目标：锻炼学生在推销过程中创新思维与分析解决问题的能力，培养、考查学生对推销理论与技巧的运用。

主要内容：本课程重点对推销实务以推销过程各阶段为线索，介绍了接近顾客、推销洽谈、处理顾客异议、推销成交等推销技术与技巧。

教学要求：本课程主要授课方式是“精讲+多练”，“教、学、做一体化”，以“学生为中心”组织教学活动，突出技能训练。课程采用多元评估体系，即形成性评价和终结性评价相结合的考核方式。在本课程授课过程中，要不断培养学生诚信、实事求是的意识。

5. 商务谈判*

课程目标：本课程旨在培养学生能通过大量的“案例分析”开阔学生视野，通过“实践课堂”提高学生的商务谈判能力，通过“学以致用”巩固商务谈判知识、锻炼商务谈判能力。

主要内容：本课程系统介绍了商务谈判的全过程；对商务谈判礼仪、商务谈判沟通、商务谈判策略、商务谈判人员素质及商务谈判各类合同进行了详细的介绍。

教学要求：本课程主要授课方式是“精讲+多练”，“教、学、做一体化”，以“学生为中心”组织教学活动，突出技能训练。课程采用多元评估体系，即形成性评价和终结性评价相结合的考核方式。在本课程授课过程中，要不断培养学生团结协作、诚信友善的意识。

6. 营销策划*

课程目标：本课程是市场营销专业的核心主干课程，旨在使学生能系统地理解和掌握市场营销策划的基本概念、原理、步骤与技术方法，并将所学到的策划知识应用到促销策划、广告文案、公关策划、新产品上市策划等营销策划实践中，成为具备营销策划案例分析及营销策划实战能力的策划人才。

主要内容：包括促销策划、广告文案、公关策划、新产品上市策划等不同策划类型的营销方案设计。本课程主要授课方式是“精讲+多练”，“教、学、做一体化”，以“学生为中心”组织教学活动，突出技能训练。

教学要求：课程采用多元评估体系，即形成性评价和终结性评价相结合的考核方式。在本课程授课过程中，要不断培养学生赢利后应为国家贡献自己力量的意识。

7. 客户关系管理*

课程目标：本课程旨在培养学生的客户服务意识，掌握客户关系管理，掌握企业进行营销活动过程中客户服务的基本技能。

主要内容：包括潜在客户寻找与识别、售前手中售后服务、客户关系维护等相关知识与实务操作。本课程主要授课方式是“精讲+多练”，“教、学、做一体化”，以“学生为中心”组织教学活动，突出技能训练。

教学要求：课程采用多元评估体系，即形成性评价和终结性评价相结合的考核方式。在本课程授课过程中，要不断培养学生友善待人的意识。

8. 营销专业实训*

课程目标：使学生掌握本专业必备的市场调研与分析、产品推广与销售、营销策划与执行、商务谈判等专业知识和技术技能，成为面向批发和零售业，能够从事销售、营销活动组织、品牌推广、销售管理、市场调查与分析、创业企业营销策划与执行等工作的高素质复合型技术技能人才。重点培养学生的岗位实践能力与职业拓展能力，增强学生的就业力。

主要内容：包括校内和校外综合实训，分为基础训练、营销模拟、营销实战三个阶段，本课程主要内容包括信息采集（设计调研方案、设计调研问卷、撰写调研报告）、商务谈判、促销活动策划、产品推销和广告文案策划。

教学要求：主要授课方式是“精讲+多练”，“教、学、做一体化”，以“学生为中心”组织教学活动，突出技能训练。课程采用多元评估体系，即形成性评价和终结性评价相结合的考核方式。在本课程授课过程中，要不断培养学生严谨的态度、扎实的工作作风。

八、教学进程总体安排

表 2：教学进程总体安排表

课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	考核学期	考核方式	学分	总学时	年级/学期/课时数							实践学时比例	承担二级学院（部、部门）	
								一年级		暑假	二年级		暑假	三年级			
								1	2		1	2		1			2
公共平台课程	公共必修课	BWGG0001	安全知识教育	1	考查	0.5	8	8							40%	保卫处	
	公共必修课	ZBGG5110	形势与政策	1	考查	0.5	8	8							20%	思政课部	
	公共必修课	ZBGG5111	形势与政策	2	考查	0.5	8		8						20%	思政课部	
	公共必修课	ZBGG5118	形势与政策	3	考查	0.5	8			8					20%	思政课部	
	公共必修课	ZBGG5120	形势与政策	4	考查	0.5	8				8				20%	思政课部	
	公共必修课	GBGG0009	思想道德修养与法律基础	1	考试	3	48	4*12W							20%	思政课部	
	公共必修课	GBGG0006	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	考试	4	64		4*16W						20%	思政课部	
	公共必修课	GBGG0155	应用文写作	2	考查	2	48		4*12W						50%	物流人文艺术学院	
	公共必修课	RRXY0014	普通话	1	考查	1	16	16H							50%	物流人文艺术学院	
	公共必修课	ZBXX0591	计算机应用基础	1	考试	4	64	4*16W							50%	物流信息学院	
	公共必修课	GBGG0012	心理健康指导①	1	考查	1	16	16H							40%	学生处	
	公共必修课	GBGG0201	心理健康指导②	2	考查	1	16		16						40%		
	公共必修课	GBGG0128	创新创业基础课程	4	考查	2	32				32H				50%	校企合作与就业处	
	公共必修课	GBGG5105	职业生涯规划	1	考查	1	16	16							40%	物流商学院	
公共必修课	RRWL099	军事理论	1	考查	2	36	2*18W							10%	教务处		

课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	考核学期	考核方式	学分	总学时	年级/学期/课时数							实践学时比例	承担二级学院(部、部门)	
								一年级		暑假	二年级		暑假	三年级			
								1	2		1	2		1			2
	公共必修课	ZBWG5121	军事技能	1	考查	2	112	112								100%	学生处
	公共必修课	GBGG0010	体育与健康①	1	考查	2	30	2*15W								90%	物流人文艺术学院
	公共必修课	BGG0176	体育与健康②	2	考查	2	32		2*16W							90%	物流人文艺术学院
	公共必修课	GBGG0157	实用英语①	1	考试	4	60	4*15W								40%	物流人文艺术学院
	公共必修课	GBGG0031	实用英语②	2		2	32		2*16W							40%	物流人文艺术学院
	公共必修课	QTXY0006	体育俱乐部活动①	3	考查	1	24				24H					100%	物流人文艺术学院
	公共必修课	QTXY0007	体育俱乐部活动②	4	考查	1	24					24H				100%	物流人文艺术学院
	公共必修课	GBGG0021	大学生就业指导	5	考查	1	16						16H			40%	校企合作与就业处
	公共必修课	ZBGG0324	演讲与口才	1	考查	2	32	2*16W								50%	物流人文艺术学院
	小计					40.5	758										
专业课程	专业必修课	ZZBWG0076	物流市场营销*	2	考试	4	64		4*16W							50%	物流商学院
	专业必修课	ZBWS0405	电子商务	2	考试	4	64		4*16W							50%	物流信息学院
	专业必修课	ZBWS0406	轻松读懂财务报表	3	考试	4	64				4*16W					50%	物流商学院
	专业必修课	ZBWG1773	现代物流概论	2	考查	1	16		2*8W							40%	物流管理学院
	专业必修课	ZBWS0407	营销技能竞赛沙盘实训	1	考查	1	24	24*1W								100%	物流商学院
	专业必修课	ZBWG0096	管理学基础	1	考试	2	30	2*15W								50%	物流商学院
	专业必修课	ZBJM0136	商务礼仪	1	考查	2	32	2*16W								40%	物流人文艺术学院
	专业必修课	ZBWS0408	营销技能竞赛素养实训	2	考查	2	48		24*2W							100%	物流商学院

课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	考核学期	考核方式	学分	总学时	年级/学期/课时数						实践学时比例	承担二级学院(部、部门)		
								一年级		暑假	二年级		暑假			三年级	
								1	2		1	2				1	2
专业核心课程	专业必修课	ZBWG0098	仓储与配送	2	考试	2	32		2*16W						50%	物流管理学院	
	专业必修课	ZBJM0019	公共关系实务	4	考试	2	32					2*16W			50%	物流商学院	
	专业必修课	ZBWG0131	广告实务	4	考试	2	32					2*16W			50%	物流商学院	
	专业必修课	ZBWS0409	国际经济与贸易	4	考试	2	32					2*16W			50%	物流商学院	
	专业必修课	ZBWS0410	商务数据分析	4	考试	2	32					2*16W			50%	物流信息学院	
	专业必修课	ZBWS0411	毕业设计指导课	5	考查	2	32						2*16W		50%	物流商学院	
	专业必修课	SGWG0038	营销专业实训①*	3	考查	2	48				24*2W				100%	物流商学院	
	专业必修课	ZBWG0060	市场调查与预测*	3	考试	4	64				4*16W				50%	物流商学院	
	专业必修课	ZBWG0097	消费行为分析*	3	考试	4	64				4*16W				50%	物流商学院	
	专业必修课	ZBWG0084	营销策划*	3	考试	4	64				4*16W				50%	物流商学院	
	专业核心课程	ZBWS0412	客户关系管理*	4	考试	2	32					2*16W			50%	物流商学院	
	专业核心课程	ZBWS0413	营销专业实训②*	4	考查	2	48					24*2W			100%	物流商学院	
	专业核心课程	ZBWG0067	推销技巧*	4	考试	4	64					4*16W			50%	物流商学院	
	专业核心课程	ZBWG0055	商务谈判*	4	考试	4	64					4*16W			50%	物流商学院	
	专业核心课程	ZBWS0414	营销专业综合实训*	5	考查	6	128						32*4W		100%	物流商学院	
	专业核心课程	QTXY0002	毕业顶岗实习	5-6	考查	24	576						24*8 W	24*16 W	100%	物流商学院	
	专业核心课程	QTXY0001	毕业作品设计及答辩	6	考查	4	96							12*12 W	100%	物流商学院	

课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	考核学期	考核方式	学分	总学时	年级/学期/课时数								实践学时比例	承担二级学院(部、部门)
								一年级		暑假	二年级		暑假	三年级			
								1	2		1	2		1	2		
小计							92	1782									
拓展课程	公共拓展(人文素养)	公共必修课	ZBGG5114	大学生礼仪修养	1	考查	0.5	8	8H							50%	物流人文艺术学院
		公共必修课	ZBGG5112	大学生传统文化修养	2	考查	0.5	8		8H						50%	物流人文艺术学院
		公共必修课	ZBGG5122	大学生劳动教育	3	考查	0.5	8			8H					50%	学生处
		公共必修课	ZBGG5117	大学生艺术修养	4	考查	0.5	8				8H				50%	物流人文艺术学院
		公共必修课	ZBGG5123	大学生人文素养	5	考查	0.5	8					8H			50%	物流人文艺术学院
		公共必修课	ZBGG5116	大学生科技素养	5	考查	0.5	8						8H		50%	物流信息学院
	专业拓展(专业选修课、专业讲座)	专业选修课	ZBWS0415	Photoshop 图像处理	2	考试	2	32		2*16W						80%	物流信息学院
		专业选修课	ZBWG0091	运输实务	4	考试	2	32				2*16W				50%	物流管理学院
		专业选修课	ZBXX0148	视频采编	3	考试	2	32			2*16W					80%	物流信息学院
		专业选修课	ZBWS0416	人力资源管理	5	考试	2	40					4*10W			50%	物流商学院
		专业选修课	ZBWS0417	职业店长实务	3	考试	4	64			4*16W					50%	物流商学院
		专业选修课	ZBWS0418	企业经营管理	5	考试	2.5	40					4*10W			50%	物流商学院
		专业选修课	ZBWG0015	销售管理	4	考试	2	32				2*16W				50%	物流商学院
		专业选修课	ZBWG0085	进出口货运代理操作	3	考试	2	32			2*16W					50%	物流管理学院
		专业选修课	ZBWS0419	专业讲座 1	1-5	考查	0.25	4								90%	物流商学院
专业选修课	ZBWS0420	专业讲座 2	1-5	考查	0.25	4									物流商学院		
专业选修课	ZBWS0421	专业讲座 3	1-5	考查	0.25	4									物流商学院		
专业选修课	ZBWS0422	专业讲座 4	1-5	考查	0.25	4									物流商学院		

课程类别	课程性质	课程编码	课程名称	考核学期	考核方式	学分	总学时	年级/学期/课时数							实践学时比例	承担二级学院(部、部门)	
								一年级		暑假	二年级		暑假	三年级			
								1	2		1	2		1			2
			合计			22.5	368										
			入学教育	1		1											
			体能测试	1-2		1											
			毕业教育	4		1											
			通用资格证	2-5		2											
			职业技能等级证	2-5		2											
			合计			162	2908										

九、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理等方面。

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 18:1，双师教师占专业教师比例一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

表 3：师资队伍结构一览表

学历结构（%）			职称结构（%）			职业资格证书（%）			组成结构（%）		
博士	硕士	本科	初级	中级	高级	初级	中级	高级	理论教师	实践教师	企业兼职
7.69%	84.61%	7.69%	23.08%	46.15%	30.77%	0	71.4%	28.6%	42.8%	28.6%	28.6%

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有市场营销、企业管理等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际、教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，或具有主管或经理职位，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所学的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1.对教室的有关要求：教室应配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音像设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 对校内实训室的要求

校内实训室营造职场氛围，配备多媒体设备、投影设备、黑（白）板，计算机（1 人一台）、路由器、交换机、常用办公软件、讨论工位，还可以选择配备服务器、无线路由器、打印机、相关实训软件等；支持本专业核心课程教学以及营销新技术相关实训。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

表 4：校内实训室

序号	实训室名称	功能	面积、设备、台套 基本配置要求	工位
11	沙盘实训室	完成企业模拟经营管理学习情境的学习，培养学生企业经营管理的意识和能力。	70 平方米，沙盘软件一套	55
22	配送中心仿真实训室	完成企业物流配送学习情境的学习，掌握配送中心的有关工作情境的操作技能	210 平方米，叉车、自动堆垛机、高层货架、RFID 电子标签分拣设备、仓储配送软件、打包机	55
33	商务谈判实训室	完成采购谈判实训，掌握谈判技能	40 平方米，谈判桌、椅	11
44	校园实训超市	完成连锁门店商品陈列与推销、连锁企业商品管理、连锁企业防损管理、门店开发与设计等学习情境的实训，培养学生在真实卖场中从事职业活动的技能	300 平方米，超市货架若干、收银机 3 台、叉车 1 台、电脑 2 台、电话 1 部、投影设备 1 套、桌椅若干、饮水机 1 个，储物柜 2 个、仓库货架若干、货柜若干、监控设备 1 套、监控摄像头 4 个。	15
55	无人零售实训室	完成企业信息管理学习情境的学习，掌握 POS 系统、MIS 系统的操作技能。	电脑若干，安装 POS 系统、MIS 系统、Flexsim 仿真软件。	10
66	语音实训室	提高普通话及英语口语应用能力	语音设备若干	50

3.校外实习实训基地要求

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展销售、销售管理、客户关系管理、市场调查与分析、营销策划与执行、商务谈判等实训活动，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导老师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

（三）教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字资源配备等。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立专业教师、行业专家和教研人员参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：有关市场营销理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销、信息技术类文献等。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

（四）教学方法

本专业课程主要采用任务驱动法、情景教学方法、案例教学法、课堂讲授法、头脑风暴法等教学方法和手段，培养学生的现代物流理念与物流营销的能力，学习能力（收集资料、整理资料），表达能力（书面表达、语言表达），沟通能力（团队融合、工作技巧）等。

1. 任务驱动法

“任务驱动教学法”是一种建立在建构主义学习理论基础上的教学法，它将以往以传授知识为主的传统教学理念，转变为以解决问题、完成任务为主的多维互动的教学理念；将再现式教学转变为探究式学习，使学生处于积极的学习状态，每一位学生都能根据自己对当前问题的理解，运用共有的知识和自己特有的经验提出方案、解决问题。

2. 情景教学方法

情境教学法是指在教学过程中，教师有目的地引入或创设具有一定情绪色彩的、以形象为主体的生动具体的场景，以引起学生一定的态度体验，从而帮助学生理解教材，并使学生的心理机能能得到发展的教学方法。情境教学法的核心在于激发学

生的情感。情境教学，是在对社会和生活进一步提炼和加工后才影响于学生的。诸如榜样作用、生动形象的语言描绘、课内游戏、角色扮演、诗歌朗诵、绘画、体操、音乐欣赏、旅游观光等等，都是寓教学内容于具体形象的情境之中，其中也就必然存在着潜移默化的暗示作用。

3. 案例教学法

案例教学法是一种以案例为基础的教学法(case-based teaching)，案例本质上是提出一种教育的两难情境，没有特定的解决之道，而教师于教学中扮演着设计者和激励者的角色，鼓励学生积极参与讨论，不像是传统的教学方法，教师是一位很有学问的人，扮演着传授知识者角色。

案例教学方法有一个基本的假设前提，即学员能够通过对这些过程的研究与发现来进行学习，在必要的时候回忆出并应用这些知识与技能。案例教学法非常适合于开发分析、综合及评估能力等高级智力技能。这些技能通常是管理者、医生和其他的专业人员所必需的案例还可使受训者在个人对情况进行分析的基础上。提高承担具有不确定结果风险的能力。为使案例教学更有效。学习环境必须能为受训者提供案例准备及讨论案例分析结果的机会，必须安排受训者面对面地讨论或通过电子通讯设施进行沟通。但是，学习者必须愿意并且能够分析案例，然后进行沟通并坚持自己的立场。这是由于受训者的参与度对案例分析的有效性具有至关重要的影响。

4. 课堂讲授法

这种方法是学校传统教育的主要方式，执行简单、针对性较强。由于这种方法以教师向学生单方面讲授为主，所以师资力量对培训效果影响很大课堂讲授法的缺点是方式上整齐划一，不适应多样化的要求，所以常和其他方法结合使用。

5. 头脑风暴法

头脑风暴法又称智力激励法、BS法、自由思考法，是由美国创造学家 A·F·奥斯本于 1939 年首次提出、1953 年正式发表的一种激发性思维的方法。此法经各国创造学研究者的实践和发展，至今已经形成了一个发明技法群，深受众多企业和组织的青睐。

采用头脑风暴法教学时，主持者以明确的方式向所有参与者阐明问题，说明会议的规则，尽力创造在融洽轻松的会议气氛。一般不发表意见，以免影响会议的自由气氛。由学生“自由”提出尽可能多的方案。

（五）学习评价

每门课程都要对学生过程考核与终结考核的评定。有实验、实训的课程考核计分为平时成绩占 30%（考勤、作业、单元考试等，含期中测验）；实验、实训成绩占 40%、期末占 30%。无实验、实训的课程考核计分为平时成绩（考勤、作业、单元考试等，含期中测验）占 50%，期末占 50%。

1. 形成性考核

（1）学生基本学习素养：

依据课堂表现（回答问题、讨论发言、听课状况）、考勤、作业等情况评定，鼓励学生积极思考，踊跃发言。使学生注重平时学习，改变学生期末考试前临时抱佛脚、搞突击的习惯。

（2）能力训练成绩：由教师评价+小组学生评价+学生自评相结合。教师评价是指在课程实施过程中，教师观察学生的工作方法和操作步骤，结合课程的学习目标要求，检查学生完成学习性工作任务进程的合规性和经济性，提出专业建议，并给出评价结果；小组学生评价即小组学生互评，是指学生分组进行学习并完成学习任务时，学生要同时观察小组中其他同学的工作方法和操作步骤，结合课程的学习目标要求，检查小组中其他同学的完成学习性工作任务进程的合规性和经济性，并给出评价结果；学生自评即指学生审视自己的工作方法和操作步骤，结合课程的学习目标要求，检查自己完成学习性工作任务进程的合规性和经济性，并给出评价结果。

2. 终结性考核：

期末时，由教师根据专业标准、课程标准要求，结合职业成长规律，以笔试的形式考核学生完成课程学习任务所应掌握的知识，注重理论与实际的联系和对学生分析能力的考察。

（六）质量管理

1. 建立专业人才培养方案调整机制。学校通过开展多层次和角度的专业调研，形成调研报告，根据调研掌握的行业发展趋势、企业技术和管理发展走向及要求，适时调整人才培养方案，专业人才培养方案的调整邀请了企业代表或行业专家参与，充分听取行业企业专家的意见，合理采纳其建议，保证所编制的专业人才培养方案紧跟企业需求。

2. 建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，形成“8 字螺旋”，小螺旋分析预

警，实时调控改进，大螺旋质量提升。加强日常教学组织运行与管理，建立健全日常教学巡查、专项检查、学生信息员、听评课等教学质量管理制度，建立与行业企业联动的实践教学环节，强化教学组织功能，每学期开展公开示范课、集体备课等教研活动。通过专业技能抽查、毕业设计抽查以及学生技能竞赛以全面掌握学生的学习效果，达成人才培养目标。

3. 学校和二级院建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格。

4. 学校和二级院完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

5. 学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

6. 专业教研组织充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

十、毕业要求

1. 具有良好的政治思想素质和职业道德素养；
2. 具有现代物流基本理念，在规定的修业年限内完成专业人才培养方案中规定的课程或实践环节学习并取得相应学分；在总学分中，公共基础课程学分不低于 25%，综合素质拓展类选修课学分不低于 10%。
3. 取得计算机（办公软件）中级、普通话水平考试三甲证书；
4. 根据国家 1+X 政策的推进，取得相关的市场营销职业技能等级证书。
5. 通过体育达标、心理健康测试。积极参加政府、学校、社会组织的各级各类专业技能、素质能力拓展等各级各类竞赛活动，按照学校制定的大学生综合素质测评办法进行量化测评，测评成绩在合格以上。
6. 学生毕业前需结合专业理论和专业技能知识的认识和体验，提交 1 件与本专业相关的毕业设计作品，成绩评定合格以上。

7.按专业标准要求完成顶岗实习,实习时间不少于6个月,实习成绩在合格以上。

十一、附录

附表1: 课时与学分分配表

附表2: 教学进程安排表

附表3: 课外综合实践学分认定表;

附表4: 校内校外课程学分认定表

附表5: 主要合作单位

附表6: 专业建设委员会成员一览表

附表7: 教学计划变更审批表

十二、说明

表5: 人才培养方案审定表

专业名称	市场营销
所属二级学院	物流商学院
专业带头人	
二级学院院长	
教务负责人	
主管教学学校领导	
党委审定意见	
审批时间	

附录

附表 1：课时与学分分配表

学习领域		课程门数	课时分配		学分分配		备注
			课时	课时比例 (%)	学分	学分比例 (%)	
公共基础课程		24	758	26.07%	40.5	25.00%	
专业学习课程	专业基本能力课程	14	534	18.36%	32	19.75%	
	岗位核心能力课程	11	1248	42.92%	60	37.04%	
拓展课程	公共拓展课程	6	48	1.65%	3	1.85%	
	专业拓展课程	12	320	11.00%	19.5	12.04%	
入学教育					1	0.62%	
体能测试					1	0.62%	
毕业教育					1	0.62%	
通用资格证					2	1.23%	
职业技能等级证					2	1.23%	
总 计		67	2908	100%	162	100%	

附表 2: 教学进程安排表

学期	序号	课程名称	总课时	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
第一 学期	1	形势与政策	8					8H																
	2	思想道德修养与法律基础	48					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
	3	普通话	16					16H																
	4	计算机应用基础	64					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	5	心理健康指导	16					16H																
	6	职业生涯规划	16					16H																
	7	军事理论	36					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4
	8	体育与健康①	30					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	9	实用英语①	60					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	10	营销技能竞赛沙盘实训	24					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
	11	管理学基础	30					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	12	演讲与口才	32					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	13	商务礼仪	32					2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	14	大学生礼仪修养	8					8H																
	15	专业讲座	4					4H																
	16	军事技能	112	112H																				
	17	安全知识教育	8																					
	小计	544					24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	18	18	20	12	
第二 学期		形势与政策	8	8H																				
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4					
		应用文写作	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4										
		心理健康指导	16	16H																				

学期	序号	课程名称	总课时	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
		体育与健康②	32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2							
		实用英语②	32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2						
		现代物流概论	16	16H																					
		电子商务	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
		营销技能竞赛素养实训	48													4	4	4	4	24	8				
		仓储与配送	32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2						
		物流市场营销	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
		大学生传统文化修养	8	8H																					
		Photoshop 图像处理	32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2						
		专业讲座	4	4H																					
		小计	468	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	8			
第三学期		形势与政策	8	8H																					
		体育俱乐部活动①	24																	24					
		轻松读懂财务报表	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
		职业店长实务	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
		进出口货运代理操作	32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2						
		营销专业实训①	48																			24	24		
		市场调查与预测	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
		消费行为分析	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
		营销策划	64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
		视频采编	32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2						
		大学生劳动教育	8																						
		专业讲座	4	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	
		小计	476																						

学期	序号	课程名称	总课时	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
第四学期		形势与政策	8	8H																				
		创新创业基础课程	32	32H																				
		客户关系管理	32		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
		体育俱乐部活动②	24		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2									
		国际经济与贸易	32		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
		广告实务	32		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
		销售管理	32		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
		运输实务	32		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
		商务数据分析	32		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
		营销专业实训②	48														2	2	2	2	24	16		
		推销技巧	64		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
		商务谈判	64		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
		大学生艺术修养	8	8H																				
		专业讲座	4	4H																				
		公共关系实务	32		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				
	小计	476		24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	16			
第五学期		大学生就业指导	16	16H																				
		企业经营管理	40		4	4	4	4	4	4	4	4	4											
		人力资源管理	40		4	4	4	4	4	4	4	4	4											
		毕业设计指导课	32		4	4	4	4	4	4	4													
		大学生人文素养	8	8H																				
		大学生科技素养	8	8H																				
		营销专业综合实训	128		12	12	12	12	12	12	12	16	16											
	毕业顶岗实习	192												24	24	24	24	24	24	24	24			

学期	序号	课程名称	总课时	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
		小计	464	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24		
第六学期		毕业顶岗实习	384	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24				
		毕业作品设计及答辩	96																				
		小计	480	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	
三年		合计	2908																				

附表 3：课外综合实践活动学分认定表

级别	内容	认定学分	认定单位
院级	相关科技活动、技能竞赛、文体活动、社会实践、志愿活动等	一等奖 1.5 学分、二等奖 1 学分、三等奖 0.5 学分	二级学院
校级	相关科技活动、技能竞赛、文体活动、社会实践、志愿活动等	一等奖 2.5 学分、二等奖 2 学分、三等奖 1.5 学分，其他奖项 1 学分、参与者 0.5 学分	活动组织部门
市级	相关科技活动、技能竞赛、文体活动、社会实践、志愿活动等	一等奖 3 学分、二等奖 2.5 学分、三等奖 2 学分，其他奖项 1.5 学分、参与者 1 学分	教务处
省级	相关科技活动、技能竞赛、文体活动、社会实践、志愿活动等	一等奖 3.5 学分、二等奖 3 学分、三等奖 2.5 学分，其他奖项 2 学分、参与者 1.5 学分	教务处
国家级	相关科技活动、技能竞赛、文体活动、社会实践、志愿活动等	一等奖 4 学分、二等奖 3.5 学分、三等奖 3 学分，其他奖项 2.5 学分、参与者 2 学分	教务处

注：1、其它未列项目比照上述考核方式执行。

附表 4：校内校外课程学分认定表

课程名称	课程学习形式	学分	考核方式	认定单位
物流市场营销	理论+实践	4	笔试+岗位技能操作	湖南步步高商业连锁股份有限公司
营销策划	理论+实训	4	笔试+岗位技能操作	天地壹号饮料股份有限公司
推销技巧	理论+实训	4	笔试+岗位技能操作	杭州娃哈哈集团
毕业顶岗实习	实习	18	岗位技能操作	天地壹号饮料股份有限公司

附表 5：主要合作单位一览表

序号	单位名称	合作内容
1	杭州娃哈哈集团	合作制定人才培养方案，共建课程、师资、基地，提供顶岗实习接受毕业生
2	步步高商业连锁股份有限公司	合作制定人才培养方案，共建课程、师资、基地，提供顶岗实习接受毕业生
3	德邦物流	合作制定人才培养方案，共建课程、师资、基地，提供顶岗实习接受毕业生
4	大润发	合作制定人才培养方案，共建课程、师资、基地，提供顶岗实习接受毕业生
5	上海佳吉快运有限公司长沙分公司	合作制定人才培养方案，共建课程、师资、基地，提供顶岗实习接受毕业生
6	天地壹号饮料股份有限公司	合作制定人才培养方案，共建课程、师资、基地，提供顶岗实习接受毕业生
7	永辉超市	合作制定人才培养方案，共建课程、师资、基地，提供顶岗实习接受毕业生

附表 6：专业建设委员会成员一览表

序号	姓名	所在单位	职称/职务	委员会中任职
1	刘意文	湖南现代物流职业技术学院	副教授、物流商学院院长	主任
2	张开创	杭州娃哈哈集团	高级经济师、湘北市场拓展总监	副主任
3	朱 彤	上海佳吉快运有限公司长沙分公司	高级经济师、副总	副主任
4	旷健玲	湖南现代物流职业技术学院	副教授、市场营销专业带头人、物流商学院副院长	副主任
5	李炫林	湖南现代物流职业技术学院	副教授、市场营销教研室主任	成员
6	肖和山	湖南现代物流职业技术学院、湘物联	副教授、湘物联副秘书长	成员
7	张小桃	湖南现代物流职业技术学院	副教授、连锁经营教研室主任	成员
8	赖霞红	湖南现代物流职业技术学院	讲师、商务管理负责人	成员
9	黄邦启	华凌汽车销售公司	高级经济师、副总	成员
10	范萍	创诚建材销售公司	会计师、总经理	成员
11	易 灿	湖南现代物流职业技术学院	副教授	成员
12	熊 英	湖南现代物流职业技术学院	信息系统项目管理师	成员
13	何艳君	湖南现代物流职业技术学院	讲师	成员
14	肖晓琳	湖南现代物流职业技术学院	讲师	成员
15	邓红霞	湖南现代物流职业技术学院	讲师	成员
16	汤澜	湖南现代物流职业技术学院	讲师	成员

附表 7: 教学计划审批表

院

年 月 日

变更教学计划班级	
增开课程/减开课程/ 更改课程/ 调整开设时间	
变更理由	
二级学院意见	<p style="text-align: right;">签字(章) _____ 年 月 日</p>
教务处意见	<p style="text-align: right;">签字(章) _____ 年 月 日</p>
主管校长意见	<p style="text-align: right;">签字(章) _____ 年 月 日</p>